

พฤติกรรมผู้บริโภค กับ ธุรกิจค้าปลีก

เหมือนจิต จิตสุนทรชัยกุล



สารบัญ

ตอนที่ 1

บทนำ พฤติกรรมผู้บริโภค	9
1 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	11
1.1 ประเภทของพฤติกรรม	13
1.2 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค	14
1.3 ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค	15
1.4 ประโยชน์จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค	17
1.5 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	18
1.6 สรุป	37
แบบฝึกหัด	38
กรณีศึกษา ปัจจัยสู่ความเป็นร้านอิมสะดวกของคนไทย 7-Eleven	39
2 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค	43
2.1 ความหมายของการตัดสินใจ	44
2.2 กระบวนการตัดสินใจ	45
2.3 สรุป	63
แบบฝึกหัด	66
กรณีศึกษา การตัดสินใจของผู้ใช้กับธุรกิจที่เป็น First Mover	67

ตอนที่ 3

พฤติกรรมผู้บริโภคกับการบริหารร้านค้า	147
6 การบริหารพื้นที่และสินค้า	149
6.1 การบริหารการใช้พื้นที่ภายในร้านค้า	150
6.2 การจัดผังร้านค้า	154
6.3 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์	159
6.4 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ภายในร้านค้าจากการวิเคราะห์ ข้อมูลรายงานประจำวันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	168
6.5 ปัจจัยที่ควรพิจารณาในการบริหารและจัดสรรพื้นที่ภายในร้านค้า	173
6.6 สรุป	179
แบบฝึกหัด	183
กรณีศึกษา การวางแผนการใช้พื้นที่ศูนย์การค้า "M"	184
7 เทคนิคการนำเสนอสินค้า	187
7.1 การจัดแสดงสินค้า	188
7.2 วัตถุประสงค์ของการจัดแสดงสินค้า	189
7.3 หลักในการจัดแสดงสินค้า	190
7.4 การใช้พื้นที่ในการจัดแสดงสินค้า	191
7.5 เทคนิคการจัดแสดงสินค้า	196
7.6 การนำเสนอสินค้าโดยใช้อุปกรณ์จัดแสดงสินค้า	205
7.7 ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเสนอสินค้า	208
7.8 คำแนะนำในการกำหนดตำแหน่งที่ตั้งของสินค้าภายในร้านค้าปลีก	209
7.9 สรุป	211
แบบฝึกหัด	214
กรณีศึกษา เทคนิคการจัดแสดงสินค้า	215

8 การบริหารความขัดแย้งภายในร้านค้า	219
8.1 ความหมายของความขัดแย้ง	220
8.2 สาเหตุของความขัดแย้งในการบริหารร้านค้า	220
8.3 ผลของความขัดแย้งภายในร้านค้า	223
8.4 การบริหารความขัดแย้ง	225
8.5 การเจรจาต่อรอง	228
8.6 ขั้นตอนในการเจรจาต่อรอง	229
8.7 พนักงานกับทักษะในการเจรจาต่อรอง	234
8.8 สรุป	236
แบบฝึกหัด	238
กรณีศึกษา How to say a word...	239

ตอนที่ 4

พฤติกรรมผู้บริโภคกับการบริการการตลาด	241
---	------------

9 พฤติกรรมผู้บริโภคกับการเปลี่ยนแปลง	243
---	------------

9.1 วิวัฒนาการพฤติกรรมผู้บริโภคจากอดีตสู่ปัจจุบัน	244
9.2 แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค	246
9.3 สรุป	269
แบบฝึกหัด	271
กรณีศึกษา เป็นมากกว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	272

10 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	275
---	------------

10.1 ความหมายการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	276
10.2 ความสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	277
10.3 กลยุทธ์ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	278
10.4 ประเด็นที่มีอิทธิพลต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	281
10.5 สรุป	294
แบบฝึกหัด	297
กรณีศึกษา ความเข้าใจจาก "ท่าน" (Outsight In to Insight Out)	298

กรณีศึกษาย่อย พฤติกรรมผู้บริโภคกับธุรกิจค้าปลีก	301
---	-----

บรรณานุกรม	333
-------------------------	------------